シンポジウム
消費者法の課題と展望Ⅲ
～消費者法の「かたち」を考える～

日時：２０１１年（平成２３年）１２月２４日（土）午後１時～午後４時３０分
場所：大阪弁護士会１０階大会議室
主催：日本弁護士連合会・近畿弁護士会連合会・大阪弁護士会

進 行 次 第

司　会：赤松 純子氏（日弁連消費者問題対策委員会幹事）

１　開会の挨拶　宇都宮 健児氏（日本弁護士連合会会長）

２　基調報告・講演

①「消費者契約法・特定商取引法の成果と課題」
　報告者：平田 元秀氏（弁護士・日弁連消費者問題対策委員会幹事）

②「『集団的消費者被害救済制度』とは」
　報告者：野々山 宏氏（弁護士・国民生活センター理事長）

③「オーストラリア新消費者法の概要と特色」
　講師：タン・ミッシェル氏（帝塚山大学法学部教授）

３　パネルディスカッション
「消費者法の課題と展望Ⅲ～消費者法の『かたち』を考える～」

○　コーディネーター
　坂東 俊矢氏（弁護士・京都産業大学大学院法務研究科教授）

○　パネリスト（予定）
　平田 元秀氏（弁護士・日弁連消費者問題対策委員会幹事）
　野々山 宏氏（弁護士・国民生活センター理事長）
　石原 純子氏（消費生活相談員・消費生活コンサルタント
　　　　　・特定非営利活動法人消費者情報ネット理事長）
　前川 清成氏（弁護士・参議院議員）

４　閉会の挨拶　増市 徹氏（大阪弁護士会副会長）

目　　次

※　○＝レジュメ　・＝資料

消費者契約法・特定商取引法の成果と課題

2011年12月24日

弁護士　平　田　元　秀

はじめに

- 消費者契約法施行10年
- 消費者関連法は目に見える発展
- 消費者にとって良好な取引の慣行や風紀の確立に成功していない現状
- 消費者契約法　実体規定改正にかかる課題
- 集団的被害回復制度の創設にかかる課題
- 加害者による財産の隠匿・散逸等の問題

はじめに　(2)

- 不招請勧誘への対応
- 複雑化する消費者関連法の問題
- 消費者庁・消費者委員会と消費者法の今後という問題
- 法務省の民法(債権関係)改正の議論との関係
- 「契約弱者」としての再定義と中小事業者保護の問題
- 「消費者法」のかたちが模索されている

消費者契約法制定後の消費者法の発展

- 2001　消費者契約法
- 2001　金融商品販売法
- 2003　景品表示法
- 2004　消費者基本法
- 2004　特定商取引法改正（不実告知等取消権）
- 2006　貸金業法・出資法大改正
- 2007　適格消費者団体の団体訴権
- 2007　金融商品取引法制定（証取法・金先法の統合）

消費者契約法制定後の消費者法の発展(2)

- 2008　特定商取引法・割賦販売法大改正
- 2009　消費者庁・消費者委員会設置
- 2009　消費者安全法制定
- 2009　商品先物取引法制定（商取法・海先法の統合）
- 　不招請勧誘禁止ルールの導入
- 2010　改正特商法・割販法施行
- 2011　金融商品取引法改正
- 　無登録業者の売付け等にかかる
- 　売買契約無効ルール導入

消費者取引法（民事ルール）の展開

- クーリング・オフ解除権
- 不実告知等取消権
- 威迫困惑等取消権
- 不当条項無効ルール
- 継続的契約の中途解約権
- 説明義務違反の損害賠償請求権
- 無登録業者の株式売付等にかかる売買契約を無効とするルール

民事判例の展開（民法）

- 不法行為法の発展
- 取締法規違反の民事効
- 最判平成17年7月14日民集59・6・1323（適合性原則）
- 潮見「不法行為法１」302頁
- ～保護法規違反と過失
- 民法１条２項，１条１項を媒介として不法行為法上の違法を構成する消費者（弱者）保護法規

民事判例の展開（特別法）

- 利息制限法にかかる判例の展開
- 消費者契約法等にかかる判例の不安定展開
  - 最判平成18年11月27日民集60・9・3437（学納金返還請求事件）-消契法9条1号
  - 最判平成19年4月3日民集61・3・967（英会話教室NOVA事件）-特商法49条2項
  - 最判平成23年3月24日金商1378・28（敷引特約有効判決）-消契法10条
  - 最判平成23年3月30日金商1341・14（金先物取引事件）-消契法4条2項
  - 最判平成23年10月25日金商1378・12（デート商法事件）

民事判例の展開（特別法）

- 　消費者契約法，特定商取引法，割賦販売法領域での，これらの判例の「不安定展開」をどう評価しどう対処するのがよいか。
  - 消費者法(立法）政策策定レベルでの法発展
  - 消費者行政施策レベルでの実務展開
  - 民法・消費者契約法の改正
  - 司法研修所教育等による法教育
  - 適格消費者団体等による訴訟

消費者法の形成に係る論点
～消契法･特商法的視点から

- 消費者契約法の民法への統合論
  - 民法中の消費者ルール反対解釈の危険性
  - 情報･交渉モデルの限界(村本）
  - 民法が常に憲法秩序による正当性の検証にさらされていると理解すべきこと（潮見）との関係

消費者法の形成に係る論点～消契法･特商法的視点から(2)

- 「消費者」の「契約弱者」としての再定義と契約弱者たる事業者保護論のもたらした視座
  - 取引状況に応じた要支援状態としての「消費者」
  - 消費者民事ルールを民法改正に持ち込む視座
    - 約款規制，情報提供義務･不実表示，公序良俗違反の具体化
    - 動機の錯誤の判例法理の明文化，詐欺の拡充
    - 与信者に対する抗弁対抗，与信契約の誤認取消権
  - 消費者民事ルールを事業者間取引規制立法に持ち込む視座
    - 割賦販売法上の個別信用購入あっせん規制法と同種の規制法を事業者間取引たる提携リースにおいても立法する等の理論的根拠を提供

消費者法の形成に係る論点～消契法･特商法的視点から(3)

- その他

- ご静聴ありがとうございました。

「集団的消費者被害救済制度の導入」

弁護士　野々山　宏

「集団的消費者被害救済制度」とは？

「集団的消費者被害救済制度」に向けた動き

2010年 １０月
- 消費者委員会の下に「集団的消費者被害救済制度専門調査会」設置

2011年 ８月
- 「専門調査会」最終報告とりまとめ

平成24年 通常国会
- 法案提出予定

「集団的消費者被害救済制度」導入に向けた動きが具体的に進んでいる

なぜ「集団的消費者被害救済制度」が必要か

同種被害の多数発生

「消費者被害」

低額被害

消費者の情報力・交渉力不足

消費者からの権利行使は必ずしも容易ではない

ケース１

Ａ語学学校は、１コース２０万円の講座において途中解約をしても、残授業料の１割のみ返還するとの約定を定め、これによる返還しかしなかった。これまで２０００人の中途解約者がおり、すべての顧客の氏名住所は学校のデータベースに記録されている。

Ａ語学学校は、約定を理由に一切返金に応じない。

ケース２

Ｂ会社が製造販売する化粧品を使用した人に皮膚が赤くなるなどの症状を訴える人が続出。この結果、多数の人が病院に行き、入院した者もいた。問題となっている化粧品は少なくとも５万個が製造され出荷された。しかし、何人の人が発症したかは正確にはわからない。

しかし、Ｂ会社は自社の責任を否定

消費者被害と民事裁判

消費者からのクレーム

事業者が自主的に対応しない

→ 民事裁判での解決

しかし、消費者にとって、
「民事裁判」は必ずしも使いやすいものではない

民事裁判による解決の限界

主張立証の困難性

- 不法行為事件における違法性・過失
- 不当条項の不当性

時間と費用がかかる

- 訴訟費用の負担
- 法律扶助の限界

訴えた者しか救済されない

- Yahooの情報漏洩事件
- 前払い受講料不返還事件

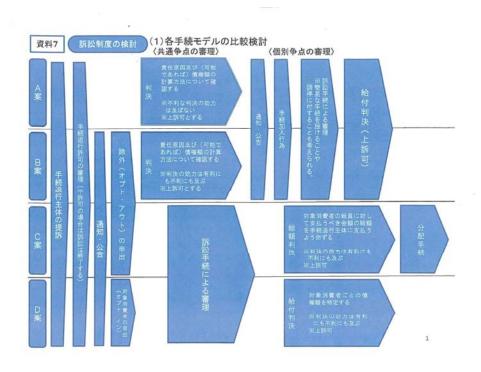
「集団的消費者被害救済制度」の必要性

これらの問題は、現行の「民事訴訟」制度の限界そのもの

「民事訴訟」の枠組を基本とする限り、根本的な解決は困難

被害者の負担を最小化した集団的な救済の枠組みが必要

専門調査会報告を踏まえた現段階で提案されている制度の骨子

専門調査会で議論された４つの手続モデル案

「専門調査会」における議論・・制度骨子の課題でもある

「二段階型」集合訴訟を提言

- とりわけ、「A案」を基本とした提言がなされている

手続追行主体については、適格消費者団体を基本とする

- 被害者団体等については、引き続き検討
- 訴訟遂行の実効性の確保のための訴訟制度や支援制度が課題

対象事案については、定型的な被害事案が中心に

- 対象事案の範囲については、委員間で意見の対立した

「二段階型」集合訴訟とは？・・・資料参照

第１段階の審理
- 適格消費者団体による提訴
- 共通争点に関する審理

第１段階の判決
- 共通争点の有無について判決
- この段階で控訴を認めて、確定的な判断とする

第２段階の審理
- 通知公告を行って、被害者からの届出を受付
- 届け出た者につき個別に簡易迅速な判断（個別争点の審理）
- 争いのある者については通常の訴訟手続

「共通争点」・「個別争点」とは？

	ケース１	ケース２
共通争点	解約料条項が有効か無効か	皮膚の発赤は化粧品の欠陥によるものか
個別争点	個々の顧客が返還を受ける残存授業料	個々の被害者の損害の発生事実、損害額、因果関係

専門調査会で論点となり、制度骨子でも課題となるもの

- 対象となる事案の類型と優越性要件
- 被害者への通知・公告の在り方と費用
- 二段階目の手続の実効化の確保
- 和解をどのように認めるか
- 適格消費者団体へのサポート

制度骨子が提案する対象事案

対象となる権利

- ①消費者契約が無効（条項のみの場合も含む）、取消、解除等の場合の不当利得返還請求権
- ②消費者契約に基づく履行請求権
- ③消費者契約の締結又は履行に際してされた事業者（直接の契約相手以外にも拡大）の民法上の不法行為に基づく損害賠償請求権
- ④消費者契約に債務不履行がある場合、又は瑕疵担保責任に基づく損害賠償請求権
- ※金銭支払いに限る
- ※③④は生命・身体損害は除く

支配性（優越性）の要件

- 個別消費者の請求権の判断に必要な事実に関する争いで主要なものが別に存在する場合は対象外

対象となる事案の類型

対象に入るもの

- 契約条項無効や契約そのものの無効による返金請求
- 虚偽内容の表示や不当勧誘
- クーリングオフ
- 品質不良

否定的となりうるもの

- 個人情報流出事案のうち契約関係にないもの
- 有価証券報告書等の虚偽記載
- 製品事故などの拡大損害、食中毒などの生命身体事案
- ＰＬ法など不法行為要件を民法より緩和した法の適用

支配性（優越性）の要件の是非

- 別に存在する「主要な」争点の意味が問題

人身被害事案や拡大損害を対象とすべきか・・・報告書・骨子は否定的

対象とすべきでない

共通争点を確認しても紛争解決促進につながらない

人身被害の審理は個別事情が重要で、二段階目の簡易迅速な審理に向かない

被告側の係争利益把握も困難

対象とすべき

重要な共通争点が確認されれば、個別争点があっても、紛争解決に資する

全ての被害者につき争いになるわけではないから、簡易迅速な審理も一定可能

係争利益の把握ができない事案ばかりではない

２段階目のイメージ（資料参照）

申立、届出の受付
- 適格消費者団体による申立
- 通知・公告
- 対象消費者からの届出

簡易な手続による審理
- 適格消費者団体のとりまとめ
- 書面審理を基本とする簡易迅速な判断（決定）
- 必要に応じ和解も

異議訴訟
- 不服があれば異議申立可
- 異議訴訟では通常訴訟と同様の審理
- 適格消費者団体の関与

強制執行
- 簡易な手続における決定及び異議訴訟における判決により強制執行可能

被害者への通知公告

被害者への通知公告の重要性
- 二段階目への参加を促す手段として重要
- 一段階目は共通争点訴訟の存在を知らせる意味

二段階目の被害者への通知公告の方法・費用負担
- 氏名が明らかである限り、個別通知が基本
- 事案に応じた相当な方法
- 通知公告費用の負担問題は制度の実効化の観点から重要・・骨子は原則原告で、事情により被告

事業者からの情報提供
- 事業者が対象者の情報を有する場合には、これを提供させる
- 第三者に対する命令の可否
- 応じない場合の制裁の問題

「和解」の在り方

「和解」の重要性

訴訟の長期化防止
事案に応じた適切な解決

制度骨子

一段階目で実効的和解ができる工夫・・訴訟主体が授権を受けて行う。
和解にあたっての裁判所の許可、他団体への事前通知等は特に言及なし

適格消費者団体へのサポート

訴訟に要した費用の償還と報酬

- 実費等費用と報酬を消費者から受領できる
- 弁護士法との関係・・弁護士の関与の強化

行政の支援

- 財政面
- 情報面

一般市民からのサポート

- 認知度を上げる方策

提案された二段階型の長所と課題

長所

- 第２段階の簡易な手続きにより現在より多くの被害者の参加と救済が期待できる
- 適用可能事案の範囲がオプトアウト型より広い
- 個人の訴訟と制度上抵触しない・・裁判を受ける権利の侵害となりにくいし、弁護団訴訟と併存

課題

- 定型的な事案が中心・・人身被害事故にも及ぶ制度
- 訴訟できる主体の数が多くない・・被害者集団への拡張と適格消費者団体の広がり
- 通知公告など費用がかかる・・訴訟主体へのサポート体制の強化

消費者の財産被害に係る行政手法研究会　報告

財産の隠匿・散逸防止策と経済的不利益賦課制度

制度の必要性

- 悪質商法事業者は訴訟を待たずに、財産の隠匿・散逸を阻止する必要がある。そのために新たな行政措置制度が必要。

消費者安全法改正による行政措置の導入

- すきま事案であって、支払額と商品・サービスが著しく対価性を欠き、看過できない程度に被害が発生又はそのそれがあるものを、財産分野の「重要事故等」とする。・・・横断的適用
- 「重要事故等」に対し、勧告し、従わない場合に命令、さらに罰則を行えるようにする。
- 調査権限は消費者安全法２２条で実施。

引き続き検討をしていく論点

- 課徴金などの行政による経済的不利益賦課制度
- 財産の隠匿・散逸防止策

集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の骨子（概要）

消費者庁では、現在、集団的な消費者被害を回復するための新たな訴訟制度の創設を検討しており、次期通常国会に法案を提出すべく、作業を進めています。

１．背景

消費者被害は一般に同種の被害が多数発生するという傾向があります。一方、訴訟にかかる費用や労力との兼ね合い等から、個々の被害者が自ら訴えを提起することにより被害回復を図ることが困難なことが少なくありません。そうした状況を踏まえ、簡易・迅速に消費者被害の回復を図ることを可能とする二段階型の新たな訴訟制度を検討しております。

２．今回の制度の概要

本制度は、訴訟手続を次の二段階に分けています。

一段階目の手続

・特定適格消費者団体が訴えを起こし、多数の消費者と事業者との間に共通する争点（共通争点）について確認します。

※特定適格消費者団体については、３をご覧ください。

・この一段階目の手続で特定適格消費者団体が勝訴すれば、二段階目の手続に移行します。

二段階目の手続

・特定適格消費者団体の通知・公告により、被害を受けた個々の消費者が手続へ加入します。

・加入者が集まった後、特定適格消費者団体が事業者に対し請求する金額等を取りまとめて裁判所に提出し、事業者によるその金額等に対する認否等の手続を経て、個々の消費者に対する最終的な返還金額を決めていきます。

一段階目の手続の判決の効力が、二段階目の手続に加入した消費者にも及ぶとすることに特徴があり、消費者としては、一段階目の手続の結果（特定適格消費者団体の勝訴）を見定めた上で、二段階目の手続に加入するかどうかを判断することができるというメリットがあります。また、事業者にとっても、多数の消費者との間の紛争を効率的に解決することができるメリットがあります。

３．特定適格消費者団体について

適格消費者団体は、消費者契約法に基づき内閣総理大臣の認定を受けた消費者団体であり、現行制度上、差止請求（消費者被害の発生・拡大を防止するため、事業者等に対し不当な行為の停止、予防などを求めること）をすることができます。

現在、全国に以下の９団体が認定されており、これまで、差止請求に関する訴訟を２３件提起する（制度が創設された平成１９年６月以降）など、消費者利益の擁護のために活動しています。

特定非営利活動法人　消費者機構日本
特定非営利活動法人　消費者支援機構関西
社団法人　全国消費生活相談員協会
特定非営利活動法人　京都消費者契約ネットワーク
特定非営利活動法人　消費者ネット広島
特定非営利活動法人　ひょうご消費者ネット
特定非営利活動法人　埼玉消費者被害をなくす会
特定非営利活動法人　消費者支援ネット北海道
特定非営利活動法人　あいち消費者被害防止ネットワーク

このような適格消費者団体に対し、本制度に基づき新たに実施する事務に対応する要件を追加し、その要件に基づき改めて認定された適格消費者団体を「特定適格消費者団体」として、本制度の各種手続を実施してもらう予定です。

４．一段階目の手続について

特定適格消費者団体は、共通争点について確認する訴えを起こし、裁判所は、これについて審理した上、判決します。

共通争点
・多数の消費者と事業者との間の紛争において、その紛争を解決するために判断すべき争点のうち、多数の消費者と事業者との間に共通するもの

例えば、いわゆる詐欺的商法においては、多数の消費者に対し、事業者が同じような勧誘をし、同じような内容の契約を締結することがあり、消費者が事業者との間で締結した契約が無効かどうかが共通争点となります。この場合、その契約が無効かどうかを確定すれば、それを前提として、消費者が事業者に支払った金額等の個別争点を明らかにし、最終的に消費者が事業者から返してもらえる金額を確定することができます。

そこで、本制度では、一段階目の手続において特定適格消費者団体が、多数の消費者の利益を代表する立場から、共通争点について確認する訴えを起こすことができる

こととし、その判決を前提として、二段階目の手続において、金額等の個別争点を明らかにすることとしています。

また、本制度により被害の回復を図ることができる消費者被害（対象事案）は、次のとおり考えています。

対象事案

消費者と事業者との間に消費者契約が存在する場合における、消費者の事業者に対する以下①～④の請求権

①消費者契約が無効等の場合の不当利得返還請求権（いわゆる詐欺的商法など契約そのものが無効である場合、契約条項が無効である場合など）

②消費者契約に基づく履行請求権（消費者が売主となる物品の売却契約において、不当な契約条項に基づき売却代金支払を拒絶する事業者に対し、消費者が支払を請求する場合など）

③消費者契約の締結又は履行に際してされた事業者の民法上の不法行為に基づく損害賠償請求権（不当勧誘事件のうち、パンフレットに基づく勧誘など多数の消費者に対する勧誘態様が共通しているもの、など）

④消費者契約に債務不履行等がある場合の損害賠償請求権（商品の品質が不良である場合など）

ただし、

- 金銭の支払を目的とするものに限る。
- 契約の目的（内容や対象）について生じた損害に係るものに限る。（③④について）
- 人の生命・身体に損害が生じたときの当該損害に係るものを除く。（③④について）

５．二段階目の手続について

多数の消費者が事業者からそれぞれ返金してもらえるか及びその金額について、簡易・迅速に判断することを目的とする手続です。基本的には、特定適格消費者団体と事業者の双方から提出される書面の審理により判断されます。また、基本的には、消費者は特定適格消費者団体に対応を委ねることによって手続が進められることになり、消費者の負担の軽減を図っています。

手続の具体的な流れは、【別紙】のとおりです。

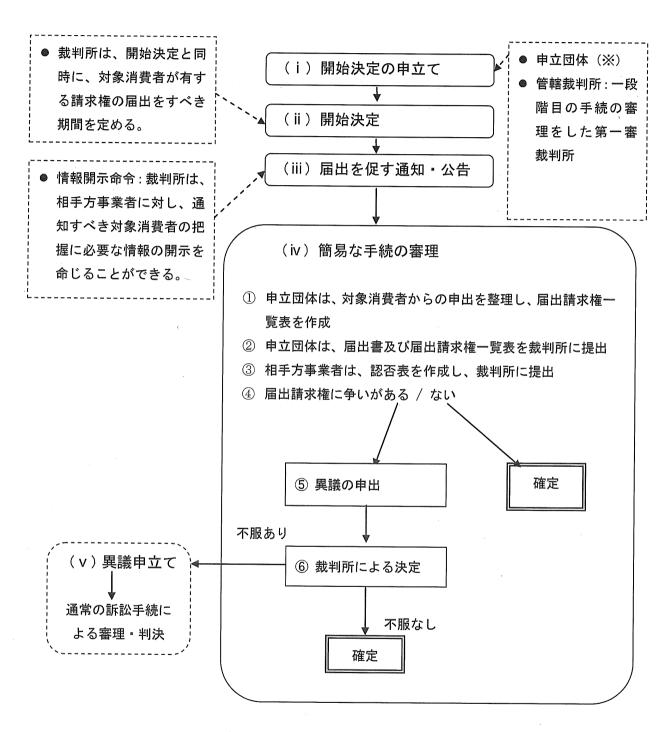
６．効果

消費者にとっては、一段階目の手続で特定適格消費者団体が勝訴した後、ある程度勝訴の見込みを立てて、二段階目の手続から加入することができるため、被害を簡易・迅速に回復することができるというメリットがあります。

事業者にとっては、個別の訴訟が多数起こされる場合に比べ、紛争を効率的に解決できるというメリットがあります。

また、適格消費者団体にとっては、この新たな訴訟制度が創設されれば、現行の差止請求により対応できる被害の未然防止に加えて、個々の消費者の被害を回復することが可能になります。

【別紙】

個別請求権の確定訴訟（二段階目の手続）のイメージ（案）

※申立団体：裁判所に対し開始決定の申立てをした特定適格消費者団体

5

「集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の骨子」について

平成23年12月
消費者庁

制度創設の背景・目的

消費者被害の特性＝同種被害の多発
しかしながら、消費者と事業者との間の構造的格差などにより、個々の消費者が自ら訴えて被害回復を図ることは困難（「泣き寝入り」をしている場合が多い）

消費者団体が多数の消費者の権利のために行う新たな訴訟制度を創設

被害回復を図りやすくする。
（消費者の請求権の実効性を確保）

制度の概要

二段階型の訴訟制度：一段階目の手続で共通争点に関し判決を得た後、個々の消費者が二段階目の手続に加入し、最終的には個々の消費者の権利の有無・内容について判決

一段階目の手続　：　共通争点に関する審理

（特定適格消費者団体による）訴えの提起 → 共通争点に関する審理 → 判決（※1）（勝訴） ／ 判決（敗訴）

二段階目の手続　：　個別争点に関する審理

（手続加入のための）通知・公告 → 消費者の加入 → 簡易な手続による決定（金額等）

異議がある場合 → 通常の訴訟手続による審理 → 判決

（※1）一段階目の判決の効力は、原告及び被告に及ぶほか、二段階目の手続において請求権を届け出た消費者にも及ぶ。

ポイント

訴訟を担う主体

特定適格消費者団体：
適格消費者団体（※2）のうち、新たな認定要件を満たす者を、申請に基づき、内閣総理大臣が「特定適格消費者団体」として認定

新たな認定要件：
・被害回復関係業務を適正に遂行するための体制及び業務規程が適切に整備されていること
・被害回復関係業務の執行決定機関として理事会が置かれており、意思決定方法が適正であるとともに、弁護士が理事として選任されているなど弁護士の関与を強めること
・適正な経理的基礎を有すること　など

報酬及び費用：
一定の規律の下、特定適格消費者団体が消費者から報酬及び費用の支払を受けることができることとする。

（※2）消費者契約法に基づき内閣総理大臣の認定を受けた消費者団体であり、現行制度上は差止請求をすることができる。

一段階目の手続

対象となる権利：
消費者と事業者との間に消費者契約が存在する場合における、消費者の事業者に対する以下①～④の請求権とし、金銭の支払を目的とするものに限る。③④については、契約の目的に生じた損害に係るものに限るとともに、人の生命・身体に損害が生じたときの当該損害に係るものを除く。

①消費者契約が無効等の場合の不当利得返還請求権
（いわゆる詐欺的商法など、契約そのものが公序良俗違反により無効である場合など）

②消費者契約に基づく履行請求権
（消費者が売主となる物品の売却契約において、不当な契約条項に基づき売却代金支払を拒絶する事業者に対し、消費者が支払を請求する場合など）

③消費者契約の締結又は履行に際してされた事業者の民法上の不法行為に基づく損害賠償請求権（勧誘が違法である場合など）

④消費者契約に債務不履行等がある場合の損害賠償請求権
（商品の品質が不良である場合など）

二段階目の手続

消費者への通知・公告：
特定適格消費者団体は、請求権のある消費者に対し相当な方法で個別に通知を行うとともに、インターネット等で公告を行う（個別通知に必要な消費者の情報を事業者が提供するよう、裁判所に申立て可能）。

個々の消費者の請求権に対する決定（簡易な手続）：

①特定適格消費者団体が、個々の消費者の請求権をまとめて届出
②消費者の請求権に対する、事業者の認否（※3）
③事業者の認否に対し不服がある場合は、特定適格消費者団体からの異議の申出
④裁判所による決定（※4）
　⇒　簡易・迅速に多数の消費者の請求権について審理

（※3）事業者が認め、又は期間内に認否をしなかった場合は、消費者の請求権は届出の内容で確定
（※4）裁判所による決定に不服がある場合は、異議申立ての上、通常の訴訟手続へ移行

（参考18）　二段階目の手続への加入を促す方策のイメージ

財産に対する重大な被害の発生・拡大防止のための

行政措置について

平成２３年１２月

目　次

第３　消費者安全法の改正による新たな行政措置の導入

１　財産分野の「重大事故等」

（１）　消費者被害の発生又は拡大の防止のための行政措置の導入に当たり、その対象を検討するに際しては、常に多様かつ新たな手口（特に、個別法・個別業法では対応できない事案）が跡を絶たず、多数の消費者被害が生じているという現状を踏まえ、かかる多数の消費者被害の発生又は拡大を防止するという観点が重要である。

このような観点からは、行政措置の対象は広く捉え、ある程度抽象的な要件を定めることが望ましいという指摘がある。

他方で、消費者安全法の立法当時の議論において、財産分野において「重大事故等」の範囲を定めるに当たっては、事業者の予見可能性を害するおそれがあることや重大性の基準を設定することが困難であるとの課題が示されたことを踏まえれば、行政措置の対象が広範となって事業者の正常な事業活動を萎縮させることがないようにするため、行政措置の対象は、客観的に明確化して、事業者の予見可能性を確保する必要がある。また、行政措置は、消費者被害の発生又は拡大の防止という公益目的の達成のために行われるものであるから、適切な発動要件によって絞りをかける必要がある。

以上を踏まえると、新たな行政措置を導入するに当たっては、その対象を検討する際には、以下の２つの要請を満たす必要がある。

①様々な手口への機動的な対応可能性

②規制の発動という観点からの要件の明確化

（２）　前述のとおり、消費者被害への行政の対応としては、各省庁が所管する個別法・個別業法を運用・執行することを基本としながら、行政全体としてすき間のない対応を講じることが必要である。一方、個別法・個別業法がないと思われる事案において、常に多様かつ新たな手口による消費者被害が発生している状況を踏まえれば、これらの事案について、迅速・機動的な対応を可能とすることが必要である。

したがって、新たな行政措置の対象は、消費者被害の発生又は拡大の防止を図るために実施し得る他の法律の規定に基づく措置がなく、消費者被害の発生又は拡大が防止できない事案を広く対象とする必要

がある（他の法律の規定に基づく措置があれば、消費者庁としては、措置要求で対応することになる。）。これは、二重行政を排し行政の肥大化を招かないようにするという、消費者安全法制定時（消費者庁設置時）の考え方とも整合するものである。

（３）　行政措置の対象については、規制の発動という観点から要件を明確化すべきという要請を満たす必要がある（立法当時の課題ｉ）。また、財産分野について重大性を定義することには、課題がある（立法当時の課題ⅱ）が、消費者安全法の体系（生命・身体分野の「重大事故等」に対する措置の発動の考えなども含む。）も踏まえて、財産分野の「重大事故等」を規定した上でその行政措置を定める必要がある。

その上で、財産分野における行政措置の導入に関する立法事実を踏まえるという観点から、消費者の財産についての被害を生じさせる事案として、関係すると考えられる個別法・個別業法がないと思われるものとしては、取引の対象が架空の権利である場合（「温泉付き有料老人ホーム利用権」の取引勧誘事案等）や、取引の対象となる商品等の価値が実際のものと著しく異なる場合（換金困難な外国通貨の取引勧誘事案等）などの事案が多い。これらの取引における消費者は、その個別事情（消費者の属性、当該取引の内容や形態等）にかかわらず誰であっても、消費者が支払う金額に比して、事業者が提供する商品・サービスから効用を得るものではないという意味で、消費者が支払う金額の相当部分が消費者の被害となるといえる（消費者が支払う金額に比して、事業者が提供する商品・サービスが著しく対価性を欠くものといえる。）。このような消費者の財産被害を生じさせる取引の本質を見ると、こうした事案では、本来互酬的、双務的であるはずの権利義務関係が両当事者のバランスを損なう形で、消費者の財産上の利益が侵害されているといえる。

このことを踏まえると、行政措置の対象は、取引の対象が架空の権利である場合（「温泉付き有料老人ホーム利用権」の取引勧誘事案）や、取引の対象となる商品等の価値が実際のものと著しく異なる場合（換金困難な外国通貨の取引勧誘事案）などであって消費者の属性にかかわらず、消費者が支払った金額と事業者が提供する商品・サービスが著しく対価性を欠くものとすることが適切と考えられる。また、行政

措置の対象事案については、新たな被害事例の蓄積状況等を踏まえて常に整理・検討して、柔軟に対象を増やすことにより迅速な対応ができるようにしておく必要もある。

なお、行政措置の対象の定め方として、「犯罪行為に該当するもの」などと定めるべきとの指摘もある。これは、行為の明確性という要請を満たすことにはなるが、捜査権限を有しない行政庁において「犯罪行為」の構成要件である主観的要件（故意等）の立証は困難であるため、行政措置の執行が困難となるおそれがあるとの課題がある。

（４）　財産分野における行政措置は、消費者被害の発生又は拡大防止という公益を確保するために発動されるものであり、そのような観点からの要件を定める必要がある。

かかる観点からの要件の検討に際して、個々の被害者の被害額の大きさを考慮すべきとの指摘もある。個々の被害額の大きさは、実際の措置の発動に当たっての考慮要因の一つにはなり得るとしても、財産分野においては、どの程度の被害額が重大であるかは個々の消費者によって区々であり、また、この点は、立法当時の課題（上記ⅱ）そのものでもある。

財産分野における行政措置が、消費者被害の発生又は拡大の防止という公益的な目的を達成するために発動されるものであることに照らすと、多数の消費者の財産上の被害が拡大するおそれがあるか否かが重要な要素と考えられる。また、この場合、個々の被害者の被害金額の多寡ではなく、全体として見た多数の消費者の財産について、消費者被害の発生又は拡大の防止の見地から、それを看過することができない程度に、被害が発生し又は発生するおそれがある場合に行政措置を発動できるようにしておくことが適当である。

（５）　以上を踏まえると、新たな行政措置の対象は、以下のようなものを想定し、これを消費者安全法上は、財産分野の「重大事故等」と位置付けることが適切である。

①　消費者被害の発生又は拡大の防止を図るために実施し得る他の法律の規定に基づく措置がなく、消費者被害の発生又は拡大が防

止できないもの

であって、

② 取引の対象が架空の権利であるものなど、消費者が支払う金額と事業者が提供する商品・サービスが著しく対価性を欠くもの

が行われることにより、

③ 全体として見た多数の消費者の財産について、消費者被害の発生又は拡大の防止の見地からそれを看過することができない程度に、被害が発生し又は発生するおそれがあるもの

2　行政措置の種類

新たな行政措置の種類に関しては、行政措置の対象となる事案に対して有効な措置とする必要がある。常に多様かつ新たな手口（個別法・個別業法では対応できない事案）が跡を絶たず、多数の消費者被害が生じているという現状を踏まえれば、消費者に対する注意喚起を行うだけではなく、事業者に対して、分野にとらわれない汎用性のある措置を講じられるようにする必要がある。その上で、前述のとおり、そのような事案によって、消費者被害が短期集中的に発生することから、迅速に措置を講ずる必要があるとともに、さらに新たな同様の手口を繰り返す事案があるため、実効性が担保された措置も講じることができるようにする必要がある。

上記を踏まえると、行政措置の種類については、消費者被害の発生又は拡大の防止のために、まず、消費者庁が事業者に対して、「重大事故等」を生じさせた行為を速やかに取りやめることの勧告をなし得るとすることで迅速性を確保する必要がある（勧告の場合、措置を講じようとする事業者に対する行政手続法による弁明の機会の付与は、不要である。）。その上で、事業者が、正当な理由がなくその勧告に従わない場合には、その勧告に係る措置をとるべきことの命令をなし得るとすることで実効性を確保することが適切である（命令は、罰則によりその実効性が担保される。）。

また、この勧告については、分野横断的に様々に生じる事案に対して講じられるようにする必要があるため、あらかじめ講じるべき内容を決めておくことなく、具体的事案に即して勧告内容を決めるようにしておく必要がある。例えば、換金困難な外国通貨については、具体的には、以下のような措置を採らせることが考えられる。

① 換金困難な外国通貨を用いた消費者の財産上の利益を侵害する不当な取引を取りやめること

② 今後同様の行為を行わないこと

このような勧告をすることにより、仮に当初の勧告対象とされた事業者が、別の外国通貨を用いて同様の取引を行い、「重大事故等」を生じさせた場合には、②の勧告内容に正当な理由がなく従わなかった場合として、命令を行い得ることとなり、商品を変える同様の手口にも、実効性をもって対応できることになる。

なお、行政措置の種類として、消費者安全法において生命・身体分野に関する回収命令が規定されていること（同法第19条）を踏まえ、財産事案においても原状回復命令を導入する必要があるとの指摘もある。しかしながら、この回収命令は、商品等が「消費安全性」（同法第２条第４項）を欠くことにより「重大事故等」（同法第２条第６項）が発生している場合において、当該商品等が流通することで新たな重大消費者被害が発生又は拡大すること（被害に遭った消費者以外の消費者にも被害が広がること）を防止するために定められた処分である。これに対して、財産分野に関する原状回復命令とは、実質としては、消費者に生じた被害の回復のための措置と位置付けられることとなり、消費者被害の発生又は拡大の防止を目的とする生命・身体分野における回収命令と同等には位置付けることはできない。したがって、消費者の被害回復を目的とした原状回復命令を導入することは、中長期的な課題として、引き続き検討する必要がある。

また、新たな行政措置としての勧告をした場合には、消費者庁に公表を義務付けることも考えられる。この点、消費者安全法において、勧告に正当な理由なく従わなかった場合の命令をしたときは、内閣総理大臣は、その旨を公表しなければならないとされているところ（同法第17条第５項)、勧告の場合にも、このような義務規定を設けることとすれば、さらに消費者被害の発生又は拡大防止の実効性を付与することができるとも考えられる。一方で、勧告をした場合の公表は、法律上の具体的な根拠規定がなくとも、運用上適宜行うことができるものであるところ、勧告は、消費者安全法の体系上、比較的緩やかな第一次的措置として発動される（前述のとおり、事業者に対する行政手続法による弁明の機会の付与も不要である。)

ものであって、その内容次第では制裁的な意味もあわせ有しかねないことから、一律に勧告の公表を義務付けることは、慎重な運用が必要となり、かえって措置の発動の機動性を損なうおそれがあるとも考えられる

さらに、行政措置の履行確保のため、措置に任意に従わない事業者に対して、金銭的負担を課す制度の導入を検討すべきとの意見もある。行政庁が、裁判所による刑事裁判手続を介さずに事業者に対して金銭的負担を課す制度を導入できれば、行政措置の実効性が確保できると考えられる。しかし、このような制度の法制化に当たっては、当該制度の法的位置付け、手続保障のあり方等の諸課題があるため、引き続き検討を行う必要がある。

このほか、事案に応じて、勧告を行うことなく直ちに行政処分を行えるようにしておく必要があるとの意見がある。この点、事案に応じた柔軟な実効性確保策を採りえることになるとも考えられる。しかしながら、勧告前置をしない罰則付きの命令を発することができるような仕組みについては、そのような措置が必要となる具体的な事案の精査など慎重な検討が必要である。

3　行政措置を行うために必要な調査権限

調査権限は、行政措置を発動するに当たって、構成要件に該当する事実を把握するために設けられるものであり、行政措置の内容に見合った必要かつ十分なものである必要がある。この点、消費者安全法第 22 条は、「この法律の施行に必要な限度において、事業者に対し、必要な報告を求め、その職員に、当該事業者の事務所、事業所その他その事業を行う場所に立ち入り、必要な調査若しくは質問をさせ、又は調査に必要な限度において当該事業者の供給する物品を集取させることができる。」と定めており、生命・身体分野の重大事故等の場合の勧告・命令等のためだけでなく、注意喚起や措置要求のためにも行使し得る。

そして、財産上の消費者被害を生じさせる等の事案の中には、いわゆる「劇場型」事案といった複数の者が関与するものが存在するが、このような事案の場合には、措置の対象となる事業者以外に当該事業者に関係する者を調査の対象とすることが必要である。

4　その他の本研究会で引き続き検討すべき課題

消費者被害の発生又は拡大の防止のための措置だけではなく、消費者被害の回復のための措置や消費者被害を生じさせた事業者の財産を有効に保全させるための措置といった方策の導入を検討すべきとの指摘がある。これらについては、民事、刑事との関係や、行政が公益実現を目的としていることと行政に個別の被害救済に関する制度を導入することの関係をどのように整理するかや、具体的な制度設計等について、さらに法制的に詳細に検討すべき課題が存在する。したがって、本研究会は、上記の指摘があることを踏まえ、さらに、「行政による経済的不利益賦課制度」及び「財産の隠匿・散逸防止策」に関する各論点についても、引き続き検討を行うこととする。

第４　結論

財産分野の消費者被害の現状を踏まえ、消費者利益の擁護・増進のため、行政全体として、個別法・個別業法の運用・執行、個別法・個別業法の改正、新法の制定、その他施策（消費者教育等）に対して、より積極的に取り組む必要がある。

他方、個別法・個別業法では対応できないと考えられる多様かつ新たな手口による財産被害が跡を絶たないという状況がある。かかる状況を踏まえると、財産分野の消費者被害に対して行政全体としてすき間のない対応を講じるという観点からは、業種等を問わず横断的に適用される消費者安全法に、消費者被害の発生又は拡大の防止のために、消費者庁が事業者に対して直接有効な措置を採ることができる規定を設けておくことが必要である。

本取りまとめを踏まえ、行政全体として財産分野の消費者被害の発生又は拡大を防止するための対応を講じておくため、消費者安全法の改正を含む必要な措置を早急に講ずるべきである。

一方、こうした措置を講じたとしても、消費者被害の発生を完全に根絶することは不可能であることから、本研究会は、さらに、「行政による経済的不利益賦課制度」及び「財産の隠匿・散逸防止策」に関する各論点についても、引き続き検討を行うこととする。

「オーストラリア新消費者法の概要と特色」

〖消費者法の課題と展望II〗
～消費者法の「かたち」を考える～

日本弁護士連合会主催シンポジウム
（於：大阪弁護士会館2階ホール）

帝塚山大学法学部
タン　ミッシェル

本日の話の流れ

1. 豪州の消費者政策について
2. 「豪州消費者法」の概要
3. 執行機関の役割
4. まとめ

豪州の消費者政策について
消費者政策の展開

動物で表現すると.......
1974年～1995-6年
- 取引慣行法を中心とした
  連邦法の制定

1996～2007年前半
- 消費者法の停滞
（保守政権時代）

2008年後半から
- 消費者法の統一・強化の検討
- 競争・消費者法の時代へ

後

「競争・消費者法」の特徴
～目的～

- 目的は第1で明記

「本法の目的は、競争、公正な取引慣行、および
消費者保護を促進することによって、
オーストラリアの人々の福祉を促進する」

”The object of this Act is to enhance the welfare of Australians through the promotion of competition and fair trading and provision for consumer protection”

- 取引慣行法の新しい名称はこの目的を表している

「競争・消費者法」の特徴

1. 競争法と消費者法の統一
   - その意義は？

     市場行動規制、消費者保護、両輪のように推進
2. 公益性の強い法律
   - 例：差止命令の訴権、執行機関による代表訴訟、消費者・事業者の教育を規制当局の責務明記
3. 包括的な消費者法システムの構築
   - 食品安全、金融サービスを除く）

豪州消費者法(ACL)の概要

- 新消費者法は競争・消費者法第11編の付表2に規定
- 付表2 は「豪州消費者法」となっている
- 通称は「ACL」 ＝Australian Consumer Law
- 1974年の取引慣行法（現：競争・消費者法）がベース
- 今回の改正の目的は、消費者関連の20の連邦・州法を統一し、消費者法を強化
- ACLは、連邦法・州法として適用される
- 執行は連邦・州の行政機関

ACLの対象→　規制対象

1. 規制対象
- 消費者取引
  - 欺瞞的・不公正な行為、広告、不当表示など
- 食品表示
  - 欺瞞的行為、不当表示
- 製品安全
  - 製品・情報基準、PL
2. 対象外
- 金融関係（別の法律で同様の規制）、食品安全

ACLの対象→　保護対象

1. 消費者
   - 消費者とは？
   - 個人用、家庭用のために商品購入やサービス利用をする者、一定金額以下の商品・サービスを購入する者、ある目的である商品を購入した者
2. 場合により事業者も

豪州消費者法(ACL)の構成

- 競争・消費者法第11編、付表2「豪州消費者法」
- 内容

第1章　総則（Introduction）

第2章　一般保護規定（General protections）

第3章　特定保護規定 (Specific protections)

第4章　罰則 (Offences)

第5章　エンフォースメント・レメディ (Enforcement and remedies)

一般保護規定

3つの一般禁止規定→

1. 欺瞞的行為

2. 非良心的行為

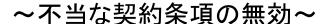
3. 不当な契約条項

一般保護規定の概要
～欺瞞的行為の禁止～

- ACL第18条
- 「人は、商取引において、誤解させる、もしくは　欺く、又は誤解させるもしくは欺く可能性のある行為をしてはならない」
- 旧法では、もっともよく使われた規定（取引慣行法第52条）
- B→C、B→B取引は対象
- 欺瞞的ではないが、不公正な行為は対象外
- 対象行為⇒広告・不当表示、契約の勧誘行為、類似的商品の販売、専門家のアドバイス　など

一般保護規定の概要
～非良心的行為の禁止～

- ACL第20条～第22条
- 対象行為
  - ➢ 欺瞞的ではないが、非良心的といえるほどの不公正な行為
  - ➢ 判断基準の列挙（限定てきではない）
- 非良心的行為は、取引の相手の立場を考慮して判断
  例：交渉力の違い、関連文章の理解力、威圧的な勧誘行為等
- B→C、B→B取引の両方は対象
  消費者、スモール・ビジネス→　ビジネス・コンシューマー、スモール・ビジネス・サプライヤー

一般保護規定の概要

- ACL第23条～第28条
- 新法の目玉の一つ
- B→C取引のみ
- 約款が対象
- 不当な約款条項とは？
- 両当事者のバランス、条項の必要性、被害が生じる可能性を考慮して判断
- 分かりやすさも考慮に入れる
- 指針として、不当条項の例を定める（14種類、限定的ではない）

特定の保護規定の概要

1. 消費者取引関連

「不公正な慣行」

➢ 不当表示・マルチ商法、紹介販売など

「消費者取引」

➢ 制定上の保証（品質、用途、適応性、修理、メーカー保証など）、不招請による消費者契約（訪問販売・テレマーケッティング）、割賦販売契約

2. 製品・関連サービスの安全関連
   ➢ 製品・関連サービスの安全基準（強制規格）、リコール、製品事故の報告
3. 製造物責任

私人が申し立てることができる救済

- 差止
- 損害賠償
- 補償
- 契約の無効、解除・変更　など
- 交換、修理など

エンフォースメント

1. 訴訟関係

- 罰則
- 過料　法人＝$1.1m, 法人以外＝$220,000
- 差止
- 各種の裁判上の命令
  - 資格免除命令 (disqualification order)
  - 懲罰的命令（non-punitive orders）

    社会奉仕活動命令、コンプライアンス・プログラム導入, 社内コンプライアンス体制の見直し、従業員などの教育など
  - 一定の情報の開示命令(adverse publicity order)

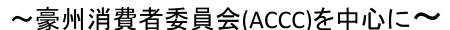
エンフォースメント

- 代表訴訟（行政機関）
  - 差止、
  - 損害賠償、
  - 各種の裁判上の命令、
  - 訴外の消費者への救済命令

エンフォースメント

2. 行政措置

- 反則通知 (infringement notice)
- 根拠の証明を求める通知(substantiation notice)
- 警告通知 (public warning notice)
- 強制的約束(enforceable undertakings)

執行機関の役割

1. エンフォースメント（コンプライアンス）目標：
   - 違法行為を止めさせる
   - 被害者救済、不当利得の返還
   - 再発防止
   - 必要に応じて、処罰も
2. 方法
   - 強制的約束および代表訴訟は効果的
   - ACCCの訴権や情報提供の権限が担保

Compliance Pyramidに基づき、案件に適した包括的な措置

刑罰、罰金

資格剥奪、過料

外当事者への救済命令、不利な情報の公開命令、非処罰的命令、国民への警告通知

事実認定宣言、差止、損害賠償、補償命令

反則通知、強制的約束

教育、助言・説得、自主行動基準、書面による警告

出典：Compliance and Enforcement: How regulators enforce the Australian Consumer Law, Commonwealth of Australia, 2010, at 10.

執行機関(ACCC)の役割　～事例 (1)

[事例1] Advanced Lifestyle International Retail Pty Ltd（ALIR社） 2011.9.1受理

本件は、訪問販をしているALIR社が、ショッピング・モールにおいて、高齢の消費者をターゲットに、販売目的を隠ぺいしつつ、無料で施術やマッサージを提供すると勧誘し、自宅を訪問した上で、マッサージ用の製品を販売したものである。

解決：強制的約束、過料、など

- 本件では、ぎまん的行為は認められた。
- さらに、不実告知があった、とされた（訪問をした際に示した製品の価格や内容、および消費者のクーリング・オフ権利について）
- ALIR社は、反則通知の金額（1万9800ドル）を支払い、違法行為を認めた上で、被害救済および再発防止のための詳細な措置をとることを約束した。

執行機関（ACCC）の役割　～事例 (2)

[事例2] Narnia Investments（NI社） 2009.4.30受理

本件は、発毛サービスの提供者NI社が、精神病身体的障害を持つH氏との間で締結した契約について、契約において解除権についての定めがあるにもかかわらず、それに応じなかった行為ものである。

解決方法:　訴訟＋強制的約束

- ACCCは、まず代表訴訟を起こした。裁判では、会社およびその経営者の欺瞞的行為が認められ、違法行為の差止および経営者のコンプライアンス研修が命じられた
- 一方、強制的約束では、ACCCと違反者との間で、被害者への返金と損害賠償（被害者の精神的苦痛）の支払いが約束された
- さらに、本件では、和解調印の前日に、ACCCの取引慣行法155条に基づく情報提出の依頼に対して、NI社が虚偽の告知をしたとして、罰金も科せられている

まとめ

消費者問題を解決するために、どのような
法システムは効果的？

- 包括的な消費者法の整備が必要
- 競争法と消費者法の領域をまたがる法律がもっとも効果的
- 多様な措置が取れる、使命感の強い行政機関が不可欠
- 消費者自身の権利行使も、クラス・アクションも重要であるが、特に弱者消費者（vulnerable consumers）のために行政は代表訴訟

Competition and Consumer Act 2010

Act No. 51 of 1974 as amended

Schedule 2—The Australian Consumer Law

Chapter 1—Introduction（序）

1. 本スケジュールの適用
2. 定義
3. 消費者の意義
4. 将来の事柄についての誤導表示（※断定的判断の提供？）
5. 寄付が供給又は獲得と扱われる場合
6. 関連会社
7. 製造者の意義
8. 商品に関する安全性の欠陥の意義
9. 支払い権の主張
10. 土地又は居宅に付属した商品
11. 獲得、供給、再供給のコメント
12. 土地及び建物のリース及びライセンスにおけるスケジュールの適用
13. 身体障害を含む損失又は損害
14. 継続的クレジット契約の意義
15. 本スケジュール違反
16. 違反条項以外の合意の拘束力
17. 本スケジュールにおける規定のコメント

Chapter 2—General protections（一般的保護）

Part 2-1—Misleading or deceptive conduct （誤導又は詐欺的行為）

18. 誤導又は詐欺的行為
19. 情報提供者に対する本パートの適用

Part 2 2—Unconscionable conduct（非良心的行為）

20. 非成文法上の非良心的行為
21. 非良心的行為
22. ビジネス取引における非良心的行為

Part 2 3—Unfair contract terms（不当条項）

23. 消費者契約における不公正条項
24. 不公正の意義
25. 不公正条項の例示
26. 影響を受けない、消費者契約の主要な目的とされる条項
27. 標準約款

28．本パートが適用されない契約
Chapter 3—Specific protections（特別の保護）
Part 3 1—Unfair practices（不公正な行為）
Division 1—False or misleading representations etc.（虚偽又は誤導表示等）
29．商品又はサービスに関する不実又は誤導表示
30．土地等の販売に関する虚偽又は不実又は誤導表示
31．雇用に関する誤導表示
32．リベート、ギフト、賞金の提供
33．商品の性質に関する誤導表示
34．サービスの性質に関する誤導表示
35．おとり広告
36．不正な支払い受領
37．特定の営業活動に関する誤導表示
38．情報提供者に対する本節の規定の適用
Division 2—Unsolicited supplies（不招請の供給－ネガティブオプション）
39．不招請カード等
40．不招請の商品又はサービスについての支払を求める権利がある旨の主張
41．不招請商品の受領等の責任
42．不招請サービスの受領責任
43．無許可エントリー又は広告について支払請求
Division 3—Pyramid schemes（ピラミッド取引）
44．ピラミッド取引への参加
45．ピラミッド取引の意義
46．ピラミッド取引としてのマーケティングスキーム
Division 4—Pricing（価格設定）
47．複数の価格設定
48．一定の状況下で定められる単一の価格（設定）
Division 5—Other unfair practices（その他の不公正行為）
49．マルチ商法（referral sales plan）
50．ハラスメント及び強迫
Part 3 2—Consumer transactions（消費者取引）
Division 1—Consumer guarantees（消費者保証）
Subdivision A—Guarantees relating to the supply of goods（商品の供給に関する保証）
51．権限に関する保証
52．侵害されない占有に関する保証

147．製造者の特定不能
148．コモンウエルスの強制基準に適合したことのみを理由として欠陥ありとされる商品のコモンウエルス責任
Division 3—Miscellaneous（雑則）
150．排除されないか又は修正されない本パートのすべて又は一部の条項の適用
Chapter 4—Offences（抗弁）
Part 4 1—Offences relating to unfair practices（不公正な行為に関する抗弁）
Division 1—False or misleading representations etc.（不実又は誤導表示等）
151．商品又はサービスに関する不実又は誤導表示
152．土地等の販売に関する不実又は誤導表示
153．雇用に関する誤導行為
154．リベート、ギフト、賞品等に関する誤導行為
155．商品の性質等に関する誤導行為
156．サービスの性質等に関する誤導行為
157．おとり広告
158．不正な支払い受領
159．特定の営業行為に関する誤導表示
160．情報供給者に対する本節の規定の適用
Division 2—Unsolicited supplies（不招請供給－ネガティブオプション）
161．不招請カード等
162．不招請商品又はサービスに対する支払請求
163．無許可エントリー又は広告に対する支払い請求
Division 3—Pyramid schemes（ピラミッド取引）
164．ピラミッド取引の参加者
Division 4—Pricing（価格設定）
165．複数の価格付け
166．一定の状況下に限っての単一価格
Division 5—Other unfair practices（その他の不公正行為）
167．マルチ販売
178．ハラスメント及び強迫
Part 4 2—Offences relating to consumer transactions（消費者取引に関する違反）
Division 1—Consumer guarantees（消費者保証）
169．通知の表示

Division 2—Unsolicited consumer agreements（不招請消費者合意）

Subdivision A—Negotiating unsolicited consumer agreements（不招請消費者合意の交渉）

170. 不招請消費者合意の交渉のために認められた時間

171. 目的と身元の開示

172. 求めを受けた場合の交渉の停止

173. 人に終了時期を伝えること等

Subdivision B—Requirements for unsolicited consumer agreements etc.（不招請消費者合意の要件）

174. 消費者に書面を提供することの必要

175. 全ての消費者合意の要件等

176. 不招請消費者合意が電話により交渉されない場合の追加的要件

177. 不招請消費者合意の改訂要件

Subdivision C—Terminating unsolicited consumer agreements（不招請消費者合意の終了）

178. 終了時の供給者の義務

179. 10 営業日の間の供給の禁止

180. 終了後に受領した支払い野払い戻し

181. 終了後の回復費用の（請求？）禁止

Subdivision D—Miscellaneous（雑則）

182. 不招請消費者合意の特定条項の無効

183. 権利放棄

184. 消費者及び供給者の権利が付与された者についての本節の適用

185. 第三者への供給についての本節の適用

186. 本節の適用が制限される規則

187. 商法が及ぶ一定の行為に対する本節の適用

Division 3—Lay by agreements（レイバイ合意)

188. レイバイ合意が書面によらなければならないこと

189. 解約費用

190. 供給者の同意によるレイの終了

191. 金額の返還

Division 4—Miscellaneous（雑則）

192. 欠陥の保証に対する対応の求め

193. 修補が対応請求に適するものでなければならないこと

Part 4 3—Offences relating to safety of consumer goods and product related services（消費者用製品及びサービス関連製品に関する違反）

Division 1—Safety standards（安全基準）

194．安全基準に適合しない消費者用製品等の供給

195．安全基準に適合しないサービス関連製品等の供給

196．安全基準の推奨請求

Division 2—Bans on consumer goods and product related services（消費者用製品及びサービス関連製品上の禁止）

197．禁止となる消費者用製品等の供給

198．禁止となるサービス関連製品等の供給

Division 3—Recall of consumer goods（消費者用商品のリコール）

199．リコール命令の遵守

120．強制リコールの場合、消費者用製品がオーストラリア以外で供給した者による告知

121．消費者用商品の任意のりコールのための通知要件

Division 4—Consumer goods, or product related services, associated with death or serious injury or illness（死亡又は重大な身体傷害又は傷病に関連する消費者製品、又はサービス関連製品）

202．人の死亡、又は重大な身体傷害又は傷病に関連する消費者用商品を報告すべき供給者

Part 4 4—Offences relating to information standards（情報基準に関する違反）

203．情報基準に適しない商品の供給等

204．情報基準に適合しないサービスの供給等

Part 4 5—Offences relating to substantiation notices（具体的通知に関連する違反）

205．具体的通知に関するコンプライアンス

206．不実又は誤導情報等

Part 4 6—Defences（抗弁）

207．事実の合理的錯誤

208．他の者の行為又は過失等

209．業務の通常の方法による広告の公表

210．再供給の目的で取得した商品の供給

211．再供給の目的で取得したサービスの供給

Part 4 7—Miscellaneous（雑則）

212．請求は 3 年以内に開始されるべきこと

213．選択が被害者の損害賠償のために与えられるべきこと

214. 同様の性質等の違反に対する制裁
215. 差し止めの付与
216. 2 又は 3 章の違反に刑事手続
Chapter 5—Enforcement and remedies（法執行と救済）
Part 5 1—Enforcement（法執行）
Division 1—Undertakings（取り組み）
218. 規制者は取り組みを受け入れてもよい。
Division 2—Substantiation notices（具体的公示）
219. 規制権限者は、主張を具体なものとすることを求めることができる。
220. 具体的公示に同意する期間の伸張
221. 具体的公示のコンプライアンス
222. 情報中の虚偽又は誤導
Division 3—Public warning notices
223. 規制権限者による警告文の公表
Part 5 2—Remedies（救済）
Division 1—Pecuniary penalties（罰金）
224. 罰金
225. 罰金と（罰金）刑
226. 抗弁
227. 選択権が被害者への賠償につきあたえられるべきこと
228. 科料の回復を求める私訴
229. 公務員の損害賠償
230. 強制力のない特定の公務員の損害賠償、無効な特定の書面
Division 2—Injunctions（差し止め）
232. 差し止め
233. 差し止めの同意
234. 内部的差し止め
235. 差し止めのバリエーションと開放
Division 3—Damages（損害賠償）
236. 損害賠償請求
Division 4—Compensation orders etc. for injured persons and orders for non party consumers（身体傷害を受けた者の損害賠償命令等及び団体でない消費者のための命令）
Subdivision A—Compensation orders etc. for injured persons（身体傷害を受けた者のための損害賠償命令）
237. 身体傷害を受けた者又は規制による請求による損害賠償命令

238. その他の手続きによる損害賠償命令

Subdivision B—Orders for non party consumers（非団体の消費者のための命令）

239. 団体に属しない消費者が被った損失又は損害の救済のための命令

240. 団体に属しない消費者のための救済命令を行うかどうかの判断

241. 団体に属しない消費者が救済命令に制約される場合

Subdivision C—Miscellaneous（雑則）

242. 命令の申立て

243. なされる命令の種類

244. 命令を出す裁判所の権限

245. その他の条項との相互関係

Division 5—Other remedies（その他の救済）

246. 非懲罰命令

247. 悪評命令

248. 業務資格剥奪命令

249. 罰則又は業務資格剥奪の免除特典

250. 消費者契約に関する布告

Division 6—Defences（抗弁）

251. 通常の営業方法での広告表示であること

252. 再供給目的での消費者用商品の供給であること

253. 再供給目的でのサービス関連製品の供給であること

Part 5 3—Country of origin representations（原産国表示）

254. 概説

255. 原産国表示が一定の規定に抵触しないこと

256. 商品の生産又は製造コスト

257. 国に帰せられる生産又は製造コストの割合の判断基準

258. 不実、誤導又は詐欺的行為又は表示に関する訴訟

Part 5 4—Remedies relating to guarantees（保証に関する救済）

Division 1—Action against suppliers（供給者に対する請求）

Subdivision A—Action against suppliers of goods（商品供給者に対する請求）

259. 商品供給者に対する請求

260. 保証の不履行が重大な不履行である場合

261. 供給者が保証に適合するために不履行を治癒する方法

262. 消費者が商品を拒絶する権限を有しない場合

263. 商品を拒絶した場合の帰結

264. 商品の交換

265. 拒絶された商品に関連したサービスの供給のための契約の終了

266 ギフトの受領権

Subdivision B—Action against suppliers of services（サービス供給者に対する請求）

267. サービス供給者に対する訴訟

268. 保証の適合懈怠が主要な不履行となる場合

269. サービス供給契約の終了

270. 終了したサービスに結合した商品供給契約の終了

Division 2—Action for damages against manufacturers of goods（商品製造者に対する損害賠償請求）

271. 商品の製造者に対する損害賠償の請求

272. 商品の製造者に対する請求により賄われる損害

273. 商品の製造者に対する請求の時的限界

Division 3—Miscellaneous（雑則）

275. 製造者による供給者への損害賠償の支払い

276. 責任の期限等

276A. 販売者に対する製造者の責任の一定の条件下での制限

277. 規制者による代表請求

Part 5 5—Liability of suppliers and credit providers（供給者及びクレジット提供者の責任）

Division 1—Linked credit contracts（提携クレジット契約）

278. 提携クレジット契約に関する供給者及び提携クレジット提供者の責任

279. 損失又は損害の回復を求める消費者の請求

280. 提携クレジット提供者が責任を負わない場合

281. 提携クレジット提供者の責任金額

282. 抗弁と相殺

283. 判決の執行

284. 消費者の利益供与

285. 提携クレジット提供者に対する供給者の責任、提携クレジット事業者の供給者への責任

286. ナショナルクレジットコード 135 条の下での共同責任の訴訟と（損害の？）回復

Division 2—Non linked credit contracts（非提携クレジット契約）

287. 非提携クレジット契約に関する供給者及びクレジット提供者の責任

以上

2011 年 12 月 24 日

パネルディスカッション資料

消費者法の課題と展望Ⅲ－消費者法の「かたち」を考える

坂東俊矢（大阪弁護士会・京都産業大学大学院法務研究科）

１．パネルディスカッションで議論したいこと

今回のテーマは「消費者法の『かたち』を考える」です。

その議論の前提として「消費者法とは何か」あるいはパネル参加者それぞれの経験から「消費者法に期待するもの」を語ることが重要です。それは、ある意味で、今の消費者法に足らざるものを知ることでもあるように思います。

その上で「かたちを考える」とは、現行法に限らずに、あるべき消費者法を自由に語ることだと思います。法律の内容や規制手法などが「かたち」であることは当然ですが、そのエンフォースメントのあり方（実効性確保）もかたちを考える上で忘れてはならない論点です。

消費者契約法ができて 10 年、PL 法から数えると 15 年がすでに経過しました。消費者保護基本法が改正され消費者基本法が制定されたのは、2004 年。消費者庁、消費者委員会も設立され、現在、国民生活センターの役割が改めて問われています。また、法制審議会ですすめられている民法の改正では､消費者概念の民法へ組み入れが議論されています。そのそれぞれの動きと消費者法の関係とを具体的に論ずる時間的余裕はありません。しかし、今回の議論はそうした変化の中での消費者法を考えるきっかけになることを意図しています。

２．パネルディスカッションで議論する予定の課題

(1)パネル参加者

平田元秀さん（弁護士・日弁連消費者問題対策委員会幹事）

野々山宏さん（弁護士・国民生活センター理事長）

石原純子さん（消費生活相談員・消費生活コンサルタント・特定非営利法人消費者情報ネット理事長）

前川清成さん（弁護士・参議院議員）

コーディネータ　坂東俊矢（京都産業大学大学院法務研究科教授・弁護士）

(2)パネルでの議論の進行予定

①パネル参加者にとっての消費者法と消費者法に対する想い

②消費者法とは何か？－現状と課題編

(a)消費者法の対象範囲

この間、特定商取引法にはさまざまな改正がなされました。それは、現実にある消費者被害の救済が意図されたからに他なりません。一方で、消費者契約法については 200 件を超える裁判例が蓄積され、近年では注目すべき最高裁判決も出ています。こうした中で、

消費者法の果たすべき機能やその適用範囲について議論をしたいと考えています。なお、この点に関する基調報告が平田先生からなされます。

(b)消費者法での権利の実現方法－民事ルールと行政規制（刑事規制）

2004 年の消費者基本法には、十分とは言えないまでも、消費者の権利が規定されています。その実現の手段としては、この間、消費者契約法や特商法などに民事的な権利（例えば、不実告知取消権など）が定められ、それを消費者が活用することが期待されています。一方で、特商法などの行政処分や刑事規制の重要性も改めて見直されています。民事ルールと行政規制ないしは刑事規制はどのような関係にあるべきなのでしょうか。現場の視点で議論をしてみたいと思います。

③消費者法の「かたち」－あるべき消費者法を考える

(a)消費者法はどんな「かたち」であってほしいか

このパネルに弁護士が 4 名参加していますが、その立ち位置はそれぞれ違います。石原さんは、相談員として日々消費者問題の解決に尽力されています。それぞれのあってほしい消費者法像は違うかもしれません。

また、昨年の近弁連夏期研修会では「消費者取引法試案」が提案されました。本日に先立つ名古屋でのシンポでは「適合性の原則」や「不招請勧誘の禁止」を消費者法に取り込むことの重要性が議論されました。タン先生からは、豪州の新しい消費者法の紹介もいただきます。

それらを受けて、パネル参加者から自由に「あってほしい消費者法」について語ってもらいます。

(b)エンフォースメントの具体化のひとつとしての消費者団体訴訟制度

来年度の通常国会に、適格消費者団体に集団的損害賠償を請求する権限を与える法案が提出される予定です。その内容については、野々山先生から基調報告がなされます。消費者団体訴訟制度に加えて集団的損害賠償制度が実現されるについての意義と課題について、消費者法の実効性確保という観点から広く議論をしたいと思います。

(c)消費者法と消費者概念の広がり

先日の近弁連大会では「中小事業者の保護と消費者法」と題するシンポジウムが開催されました。契約弱者たる中小事業者を消費者と同じ視点で保護する必要性が、提携リース契約などを例に検討されました。消費者法の主体たる消費者をどのように考えるのかを議論したいと思います。

(d)消費者法をエンフォースメントする機関

この間、国民生活センターのあり方が議論されました。消費生活センターや消費者団体の重要性も指摘されています。消費者法が機能するためにどのような機関が必要で、どのような視点が重要か。時間があれば、この点にもご意見をいただきたいと考えています。

(4)その他の課題とこれから考えるべきこと
－消費者法がより役立つものとなるために

消費者契約法の見直しへの提言

・「消費者」の見直しをして欲しい
内職･モニター商法、マルチ商法などの契約者、個人商店で店舗用も自宅用も区別なく利用している電話やパソコン，セキュリティーサービスの契約者を消費者契約ととらえてもらいたい。「就職商法」で雇用された後に高額な商品やサービスを勧誘され，購入しないと雇用が維持できないと思い契約した者の契約を「消費者契約」ととらえて欲しい。

・取り消しの要件が狭すぎる
誤認，困惑行為に「長時間勧誘」「深夜に及ぶ勧誘」「偽親切，偽好意」などまでに範囲を拡大し、高齢者をターゲットにした訪問販売や若者に深刻な被害を与えるデート商法の被害救済につなげたい。

・重要事項の拡大
「重要事項」は事業者が販売している商品やサービスなどの内容、質、用途、価格その他の取引条件などを指すが、屋根の修理工事契約などの動機に関して不実告知があり誤認して契約した場合も取り消しができるよう、契約の動機となる情報も要件に加えてほしい。

・取り消し期間の延長
保険契約などで契約後長期間経過してから保険金を請求する場合、消費者が思っていた契約内容と違っていたという事例がある。そんな内容だったら契約しなかった、といった事例は多い。6ヶ月間と５年間の取り消し期間は短すぎる。

・立証責任の転換
消費者と事業者との情報格差や交渉力格差を前提として，紛争解決に要する立証責任は事業者に負わすべきと考える。

・不招請勧誘の禁止を加えて欲しい
消費者が頼んでもいないのに家庭訪問したり電話やメール，ＤＭなどで商品やサービスを勧誘し、不要不急の契約を迫る悪質商法の根源になっている。したがって，一切の不招請勧誘を禁止し、違反業者には罰則を課して欲しい。

・適合性の原則

勧誘に際し、適合性の原則を遵守すること。金融商品の内容や仕組みを理解できない消費者や年金暮らしの高齢者、収入の安定しない若者･学生が次々販売・過量販売で契約した場合、適合性の原則に反しているとして取消しを認めて欲しい。

・高齢者や判断不十分者をターゲットにした悪質商法の規定

個人差があるので一概に高齢者の契約の取り消しは困難かもしれないが、一定の年齢以上の高齢者や判断不十分者の契約について，取消ししたいときはいつでも取り消しを認められるべきと考える。次々販売のカモにされた高齢者の被害の大きさは目に余るものがある。

・ 約款の作成者不利の原則

約款は作成者不利の原則をつらぬいてほしい。消費者契約法の目的から考えれば当然といってよい。

・団体訴権を加えて欲しい

被害に遭った消費者個人は、自分の負担と責任で事業者の責任を主張し、立証して行かなければならないのはあまりにも負担が大きすぎる。消費者団体に不当な契約条項や不当な勧誘に対する差し止め請求権、違法な勧誘販売で得た利益の損害賠償請求権を認めて欲しい。消費者全体の利益をはかることができ、被害の事前防止、違法行為の抑制につながる。消費者の権利を実現するためには「団体訴権」は必要である。

・消費者契約法の実効性を確保するために

消費者契約法の取り消しは、特定商取引法のクーリング･オフのような強行規定とはなっていない。実効性の確保のためには消費者支援の体制がかかせないと考える。行政などのバックアップ体制の充実強化を望みたい。

・消費者教育の推進

消費者が自立するためにも消費者契約法を知っている方がよい。一層の市民への啓発が必要と考える。

● 立証責任の転換―成人式の振袖レンタル―

「成人式の振袖レンタル、写真２枚サービス」というチラシを見て、娘と店に行った。成人式は１年後だが、「早期契約すれば気に入った振袖が安く予約できる、前撮りの写真２枚はサービス」との説明を受けた。また、次々と試着を勧められたので、娘もすっかりその気になり２８万円のレンタル契約をし前金として５万円払った。１ヵ月後、祖母が振袖を買ってくれることになり、キャンセルを申し出たら５０％の違約金を請求された。契約時、キャンセル料の説明は受けていないが、契約書に書いてあると全く返金に応じてくれない。店は予約した着物を誰にも貸さず、その日まで大切に預かって置くから当然だという。違約金の説明を受けていれば、契約は慎重になっていたと思う。納得できない。 （５０歳　女性　家事）

処理結果

・ 違約金のことは約款に書いてあると、５万円は返金しなかった。
５０パーセントの根拠を求めたが、はっきりとした説明は無かった。

問題点

・ 成人式は１年後である。早期のキャンセルであれば容易に貸し手が見つかるであろうから店側には実損はないと思われる。前金の５万円は返金されるのではないか。
・レンタル料金の５０パーセントの違約金は消費者契約法の「平均的損害を超えるもの」に該当するのではないか。→**不当条項**
・ 事業者は契約前に解約条項について十分な説明をすべきである。
・５０％の解約条項そのものが不当条項だと思われる。→**不当条項**

改正を要する点

違約金の立証責任を事業者に転換
違約金の説明など契約前の情報提供義務の法制化

改正により期待される効果

十分な説明があれば当件は契約しなかった。

● 不当条項―結婚相手紹介サービス―

以前問い合わせをしたことがある結婚紹介業者から電話があり「良い話がある、聞くだけでよいから」と勧誘され事務所に行った。「会員になると携帯電話であなたの希望に合った配偶者選択の情報が閲覧できる。ウエブ上で毎月１０名まで交際申し込みできる」と勧められ、２年契約コースを総額４５万円（登録料とシステム運営料、入会１年以内の既存会員情報提供料含む）のクレジット契約した。その場で２件の情報を携帯電話に入れてもらい、書類を渡されたが詳しい説明は受けていない。誓約書に署名を求められたが何のことか分からぬまま署名した。早速、携帯電話に入れてもらった情報の女性にメールしたが相手からの連絡はなかった。１回だけ８件ほど情報検索し相手の情報を見たが希望に合う人がいなかったので交信はしなかった。高額なこともあり１ヵ月以内に解約の申し出をしたら、１年分の既存会員情報提供料と登録料、違約金など１９万円請求された。納得できない。　（５０歳　男性　給与）

処理結果

- 交渉を重ねた結果、情報提供料は１か月分で合意したが、登録料や、システム運営料金の返金は無く、更に解約料金も支払う必要があり、相談者にとっては高額な解約料となった。

問題点

- 約款には既存会員情報提供料は情報提供期間に関係なく一切返金しないとの条項がある。
  「情報提供料について、ウエブ上では対象となる全データを１日で見ることが可能」と全額請求されているが、実際には１ヵ月に８件の情報しか提供をうけていない。情報提供料は月割で計算するのが妥当であると思われる。→**不当条項**
- 特定継続的役務の中途解約に従った解約料の計算が望ましい。
- 販売目的を隠匿した勧誘である。→**販売目的隠匿販売**
- サービスは受けて見なければ分からないのでトラブルになりやすい。契約前には、クーリングオフの説明と中途解約についての十分な説明が必要。→**情報提供義務に法的効果をもたせる・契約内容の明確性**
- 携帯で受けた情報は個人情報流失に繋がる

改正を要する点

情報提供義務の法制化　　　団体訴権の導入

改正により期待される効果

類似案件は救済される

十分な説明があれば本契約には至らなかった。

●　「消費者」の該当性－電話機リース契約－

一人で建具屋をしており、自宅が店で、電話も兼用している。突然業者が訪問してきて「事業所の電話は、これからはデジタル化に切り替えなくてはならない。あなたは高齢なのでリース契約になる。」といってろくに説明もしないまま、電話機を取り付けていった。その数日後、同じ営業マンが契約書を持ってきた。指示されるままに記載し、店のゴム印を押した。契約書の控えをくれたが、申込日の記載はなかった。

取扱説明書もくれなかったので、使い方がわからず機能を使いこなせない。２～３日後に事業者にキャンセルしたいと電話したところ、「取り付ける前だったらやめることもできたが、今となってはキャンセルできない。１年半は続けてもらう。」といって応じてもらえなかった。こんな高額で難しい電話はすぐにでもやめたい。１年半待てば本当に解約できるのだろうか。

（７６歳　男性　自営）

処理結果

相談者には１年半後に解約できる保証はないと伝えた。形態は事業者間の契約なので相手が応じるか難しいが、クーリングオフ通知を書面で出すよう助言。消費者法を適用できることが明確であれば、センターとして積極的に斡旋に入ったと思う。

問題点

・相談者は７６歳の自営業。自宅が事務所で電話機も兼用している。限りなく消費者に近いと思われる。**→「消費者」の該当性**

・事業所の電話はデジタル化しないとダメ、というのは虚偽説明である。**→不実告知に当たる**

・契約書を交わす前に強引に電話機を取り付け、解約できないと言っている→**不実告知**

・ 高齢の零細な自営業者をターゲットにしている。**→不招請勧誘**

改正を要する点

「消費者」の定義を零細な自営業にも拡大する。

動機の錯誤による取消権を新設する。

改正により期待される効果

零細な自営業者が救済される。

「消費者取引法試案」について

◆包括消費者法（消費者法典）の構想

・なぜ今？　→消費者庁の発足、消費者法の発展、債権法の見直し　cf.1989 松江人権大会
・外国の動向　→仏＝消費法典(1993)、伊＝消費法典(2005)、EU＝消費者権利指令案(2008)
・「法典化」のメリットは？　→見やすく整理、すき間の縮小、行政との連携、地位の向上
・法律の統合＝仏・伊の消費法典、わが国では、金融商品取引法・商品先物取引法
・**法試案＝消費者契約法、景品表示法、特定商取引法の統合の提案（３法統合案）**
（将来的には、販売信用（割販法）や安全（製造物責任法）等の法律の統合も）

◆消費者契約法、景品表示法、特定商取引法の基本的特質

①景品表示法　→一般法、**団体訴権**、**行政ルール**
②消費者契約法　→一般法、**団体訴権**、**民事ルール**
③特定商取引法　→準一般法、**団体訴権**、**行政ルール、民事ルール**
（いずれの法律も事後規制のみ〔開業規制等はない〕）

◆「消費者取引法試案」の内容　…具体的な議論のための「たたき台」として

＊①**景品表示法・消費者契約法、特定商取引法の統合（３法統合）**
＊②**広告規制（景品表示法）に民事ルールを導入**
＊③**不当勧誘・不当条項（消費者契約法）に弱い行政ルールを導入**
④不当勧誘規制・不当条項規制の拡充（消契法の実体規定の見直し〔施行５年のはずが…〕）
⑤集団的被害回復制度の導入（現在、立法作業が進行中）
＊⑥**「すき間事案」への対応**（不当勧誘規制の受け皿規定、**指定権利制廃止**）
⑦クーリング・オフと消費者の取消権に関する規律の整備
⑧訪問販売お断りステッカーの法定制度化
⑨「Ｄｏ-Ｎｏｔ-Ｃａｌｌ制度」（電話勧誘拒否登録制度）の導入
⑩継続的役務提供取引の前受金保全措置の義務化

◆行政のかかわりイメージ

Ａ：所管（法律を責任をもって管理）　→所管
Ｂ：執行（ルールの具体化）　→施行令（＋ガイドライン、自主規制への関与）
Ｃ：執行（ルールの適用）　→措置命令・業務停止命令（＋勧告・公表）
・試案＝**所管・施行・執行のすべての面で消費者庁が責任を持つことが可能**

◆「エンフォースメント」と「行政ルール」のすき間

・**エンフォースメント**＝行政処分・罰則だけでなく司法救済をも含めた実行性確保
→**「ベスト・ミックス」＝民事ルール、行政ルール、自主規制等を上手に組み合わせる**
・消費者安全法に基づく措置＝「すき間事案」への対応
→重大事故等は人身被害のみ＝財産に関する事故には対応できていない　cf.附則２項
・試案＝**行政ルールの「すき間」そのものを減らす試み**

参考文献・参考 URL

１．オーストラリア競争・消費者法

Competition and Consumer Act 2010

http://www.comlaw.gov.au/Details/C2011C00378

（ダウンロード）

http://www.comlaw.gov.au/Details/C2011C00378/Download

Volume 1 : 511 pages 第１分冊

Volume 2 : 466 pages 第２分冊

Volume 3 : 486 pages 第３分冊（スケジュール部分が含まれている）

各分冊を、ＰＤＦ形式、ＤＯＣ形式、ＺＩＰ形式でダウンロードできる。

２．集団的被害回復制度

(1) 「集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の骨子」

（パブリック・コメント手続）

http://search.e-gov.go.jp/servlet/Public?CLASSNAME=PCMMSTDETAIL&id=235030009&Mode=0

（募集要領）

http://search.e-gov.go.jp/servlet/PcmFileDownload?seqNo=0000082082

（「集団的消費者被害回復に係る訴訟制度の骨子」）

http://search.e-gov.go.jp/servlet/PcmFileDownload?seqNo=0000082083

（概要）

http://search.e-gov.go.jp/servlet/PcmFileDownload?seqNo=0000082084

（ペーパー＝ポンチ絵）

http://search.e-gov.go.jp/servlet/PcmFileDownload?seqNo=0000082085

○ 集団的消費者被害救済制度専門調査会報告書

http://www.cao.go.jp/consumer/history/01/kabusoshiki/shudan/index.html

(2) 「財産に対する重大な被害の発生・拡大防止のための行政措置について」

http://www.caa.go.jp/planning/pdf/gyousei-torimatome.pdf

○ 財産の隠匿・散逸防止策及び行政による経済的不利益賦課制度に関する検討チーム取りまとめについて

http://www.caa.go.jp/planning/pdf/kentouteam-torimatome.pdf

（概要）

http://www.caa.go.jp/planning/pdf/kentouteam-press.pdf